

# 多家装饰材料企业上半年业绩高增 发力C端零售成行业发展趋势

■本报记者 李昱丞  
见习记者 丁蓉

8月23日,瓷砖行业龙头企业东鹏控股披露2023年半年报,上半年公司业绩高速增长,营业收入创历史同期最好水平。公司实现营业收入36.28亿元,同比增长15.83%;归母净利润3.84亿元,同比增长224.86%。

除了东鹏控股之外,装饰材料赛道的东方雨虹、天安新材、森鹰窗业、北新建材等上市公司上半年均实现业绩高速增长。多名业内人士表示,今年上半年,装饰材料行业呈现逐步恢复趋势,但仍面临发展的挑战,实现业绩增长的公司多为行业头部企业或核心竞争力较强的公司,“装饰材料企业依赖‘量的增长’时代已然结束,‘质的增长’成为新引擎,在大浪淘沙之后,将呈现强者恒强。”

## 发力C端零售

作为建材瓷砖老牌企业,东鹏控股

具有以零售业务为主的渠道优势。对于上半年的业绩增长,东鹏控股方面表示:“公司深耕零售优势渠道,持续优化产品结构,中大规格高值产品销售占比提升至29%,新零售线上全域营销势能扩大。”

防水材料龙头东方雨虹上半年也取得优秀成绩。公司上半年实现营业收入168.52亿元,同比增长10.10%;归母净利润13.34亿元,同比增长38.07%。

东方雨虹在半年报中表示:“公司继续坚持C端优先战略,扩大C端影响力;同时,在多品类发展路径上,持续培育加固剂和腻子粉等墙补产品线,推动胶类产品发展,孵化五金及管业等新品类,打造消费者一站式建筑建材购齐平台。”

天安新材主要产品为高分子复合装饰材料以及建筑陶瓷,公司2023年半年报显示,实现营业收入13.65亿元,同比增加10.40%;实现归母净利润3716.70万元,同比增加134.66%。

天安新材证券部相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示:“公司

上半年建筑陶瓷产品订单较去年同期增多,同时积极开展降本增效。公司重视C端零售,旗下鹰牌公司兼具品牌和渠道优势,未来公司将进一步推进泛家居产业战略。”

Co-Found智库秘书长张新原向《证券日报》记者表示:“随着家居装饰行业个性化、定制化消费时代的来临,渠道转型、布局C端零售将成为装饰材料行业发展趋势,企业需提供更加全面和一体化的装饰方案,满足消费者个性化、定制化需求,此举也有助于提升企业的市场竞争力。”

## 机遇与挑战并存

装饰材料行业呈现“大行业、小企业”的特点,市场景气度紧随房地产市场发展变化,一定程度受房地产竣工周期的影响,目前正处于整体增速放缓的成熟期。不过,基于旧改、旧房翻新、二次装修的存量房产再装修市场空间广阔。

易居研究院研究总监严跃进向《证

券日报》记者表示:“随着市场需求发展变化,未来装饰材料行业的格局将发生变化。头部优质企业有望进一步扩大市场份额,而在成本、效率、创新等方面不具有竞争优势的小企业,将会面临更大的压力。同时,整合和兼并重组有望加速,赛道企业面临的挑战与机遇并存。”

政策层面,多项措施的密集出台,有利于装饰材料行业发展。6月29日,国务院常务会议审议通过《关于促进家居消费的若干措施》。7月份,商务部等13部门印发《关于促进家居消费若干措施的通知》对外发布。7月21日,国务院常务会议审议通过《关于在超大特大城市积极稳妥推进城中村改造的指导意见》。

张新原表示:“政策支持推动下,装饰材料赛道企业迎来新的发展机遇。例如,城中村改造建设需要大量的装饰材料,包括地板、瓷砖、门窗等,为行业企业提供新的市场需求,提供更多的商机和合作机会,有利于企业拓展市场份额,实现业绩的增长。”

# 订单激增、供不应求 轮胎企业正加速抢占海外市场

■本报记者 冯雨璠

轮胎产业海外市场正迎来火爆行情。近期,多家轮胎企业在公开互动平台或投资者调研活动中透露,海外订单供不应求。同时,在多家轮胎企业陆续披露的半年报或业绩预告中,海外需求旺盛也是其提及业绩增长因素的关键词。海外缘何成了轮胎产业的“掘金地”?

## 海外订单供不应求

“公司目前产能利用率大幅提升,海外市场订单供不应求。”近日,青岛双星在公开互动平台透露。玲珑轮胎同样在公开互动平台表示,公司目前半钢在手订单充足,预计三季度半钢订单仍然供不应求。

此前,森麒麟在投资者调研活动中也坦言,公司4月份至6月份订单远超公司现有产能,根据与客户沟通的情况,预计下半年出口订单依然饱满。

“当前,轮胎产销量增长的主要原因为来自出口订单的增加,1月份至7月份,海运费用低,人民币对美元下跌,利好出口市场需求,海外订单量充足,企业多维持高开工状态,带动轮胎产量同比明显增长。”隆众资讯轮胎行业分析师朱志伟告诉《证券日报》记者,此外,今年新能源汽车产销量大幅增长,对半钢轮胎需求也形成拉动。

今年以来,轮胎产业展现蓬勃生机。据国家统计局公布的数据,1月份至7月份橡胶轮胎外胎累计产量55910.1万条,同比增长13.5%,轮胎产量已远超2020年至2022年同期数据。其中,在出口方面,海关总署近日披露数据,1月份至7月份橡胶轮胎累计出口509万吨,同比增长12.5%,出口金额894.39亿元,同比增长17.9%。

“公司日前刚披露了半年报,从上半年的数据来看,海外订单的情况还可以。”记者以投资者身份致电贵州轮胎,相关工作人员称:“公司产品主要出口至美国、巴西、俄罗斯、印尼等。”

贵州轮胎披露的半年报数据显示,上半年公司实现营收、净利润分别增长12.45%、112.02%。其中,上半年国外实现营收14.9亿元,较去年同期增长7.36%;此外,毛利率增加9.49个百分点至27.13%,远高于国内的17.28%。

多家披露半年报预告的轮胎企业表示,上半年业绩预增的因素之一是海外需求提升。如青岛双星透露,上半年公司预计实现营业收入同比增长16%,其中海外市场同比增长超过25%。下一步,公司将加速海外基地建设和颠覆性创新产品的上市,实现业绩的进一步提升。

是海外需求提升。如青岛双星透露,上半年公司预计实现营业收入同比增长16%,其中海外市场同比增长超过25%。下一步,公司将加速海外基地建设和颠覆性创新产品的上市,实现业绩的进一步提升。

## 轮胎产销量仍将维持高位

“目前轮胎行业本身处于产销两旺的状态,半钢企业产能无法满足订单需求,内销缺货现象明显,对于轮胎企业而言,三季度订单充足,轮胎产销量仍将维持高位运行状态。”朱志伟认为。

面对订单激增,轮胎企业做好多方面准备积极抢占商机。

森麒麟在公开互动平台表示,公司产品持续供不应求,正在酝酿后续涨价计划。贵州轮胎上述工作人员对《证券日报》记者表示:“在海外方面,公司正在逐步推进销售人员的本地化,比如聘用当地的销售员、筹备海外联络办公店、助力海外业务的售后服务、以及市场开拓工作。”

此外,也有不少轮胎企业通过加大生产力度赶订单,最大限度地进行内部产能挖潜,以更好地满足市场需求。

不容忽视的是,海外市场已成为不少头部轮胎企业的主要收入来源。从2022年的财务数据来看,不乏有轮胎企业在海外的营收占比高达87%。

近些年来,轮胎企业出海建厂、扩产的热情有增无减。今年以来,森麒麟、青岛双星等多家轮胎企业纷纷宣布计划建设海外工厂;万力轮胎、华东橡胶等也在今年透露了海外建厂计划。

贵州轮胎在半年报中透露,随着公司越南基地一期项目的达产,二期项目的推进,公司“双基地”布局迈出坚实的一步。公司海外销售分别通过国内工厂出口和越南工厂海外销售,产品出口到全球100多个国家和地区。

公司表示,将持续从这两个工厂为全球客户提供优质的产品,越南工厂产品全部用于海外市场,国内工厂根据订单情况进行出口。

贵州轮胎表示,国际化布局的实施能够更好地满足不同地区市场的需求,可减少国际市场对中国轮胎国内基地离原材料供应市场和产品出口市场“两头在外”弊端,增强产品供应韧性,降低国际市场对中国轮胎建立的贸易壁垒的影响,提高公司整体市场影响力和竞争力。

# 银宝山新上市八年董事长已有六任 近两年实控人转让控股权仍未果

■本报记者 李雯珊  
见习记者 解世豪

8月23日,银宝山新发布董事会决议,选举贺飞为公司董事长、胡作寰为副董事长,而贺飞已经是公司2015年上市至今的第六任董事长,八年时间已有六任董事长,放眼整个A股也是相当“出众”。

同时,银宝山新发布公告拟采用公开挂牌转让方式,对外转让子公司惠州市银宝山新实业有限公司不低于90%的股权。

与管理层不稳定、资产甩卖相呼应,银宝山新上市后的七个完整会计年度里,虽然每年保持着不低于25亿元的营收,但盈利情况却可谓惨淡;其中,公司上市前三年合计归母净利润仅为2.06亿元,随后则连续四年亏损,合计亏损14.3亿元。而与此同时,截至2023年一季度末,公司资产负债率已高达95%。

此外,在二、三股东连年减持的基础上,银宝山新实控人近两年也一直在谋求控制权转让。而银宝山新能否找到新东家,至今仍未可知。

## 常年换帅 八年六任董事长

根据Wind人物库数据,此次履新的董事长贺飞,是银宝山新实控人中国东方资产管理股份有限公司(以下简称“东方资产”)的资深人士,从2007年起即在东方资产及旗下企业任职。同时,Wind数据显示,2015年上市的银宝山新在八年时间里经历了六任董事长,最长任职时间为3年5个月,而最近一任的任职时间只有9个月。履历方面,六任董事长都是在东方资产任职期限不短的资深人士,且有多位从业时间达到十年以上。

《证券日报》记者致电银宝山新董秘办,相关人士表示:“这次是依照法规正常换届更换董事长,加上这届,从2015年至今我们一共有五届董事会,这之间有董事长离任情况是个人的工作变动,所以会有任职情况变更。”

但经验丰富的资深人士并没有带来令投资者满意的结果,而银宝山新频繁换帅也引来了多方质疑。



上海旭灿律师事务所律师、注册会计师师曾峰对《证券日报》记者表示:“上市公司董事长频繁变更表明公司管理层存在问题,缺乏稳定的领导和战略方向,给企业运营带来不确定和不稳定,影响公司长期发展和投资者信心。”

## 连亏四年 负债一路飙升

除了频繁换帅,公司的经营业绩也处于动荡之中。2015年12月份上市的银宝山新在2016年营收达28.22亿元,实现归母净利润9904.33万元。而此后,虽然营收规模变化不大,但银宝山新再也没有达到这样“辉煌”的盈利水平。2017年,公司净利润急转直下,当年归母净利润为6454.91万元,次年则仅为4166.29万元。

从2019年开始,银宝山新走上亏损之路,2019年至2022年,公司亏损额分别为2.63亿元、3.25亿元、5.84亿元和12.58亿元,合计达14.3亿元。

伴随银宝山新主营业务不善,公司流动性压力不断加大。Wind数据显示,IPO前,2014年时,银宝山新资产负债率为69.16%。此后便一路飙升,2020年至2022年更是分别达到85.89%、88.08%和93.98%,今年一季

度末进一步上升至95%。

债务结构方面,截至2023年一季度末,银宝山新短期借款为6.99亿元,应付票据及应付账款为11.38亿元,其他应付款为6.44亿元。但公司账上货币资金仅有1.59亿元。

银宝山新试图通过多种方式自救,包括担保融资、关联方借款、将2021年定增募投项目资金变更为补充流动性,以及上述的资产甩卖等。但目前来看,这些措施似乎用处不大,仍没有扭转资产负债率上涨的趋势。

“公司资产负债率居高不下,存在资不抵债的风险,特别是如果公司无法及时偿还债务或获得新的融资,可能会导致破产风险的增加。”曾峰如是说。

上述公司人士表示:“我们前期主要是以传统工业模具来作为主业,后续因为经营业绩的原因,我们也在把战略模式陆续向高端装备等比较先进的行业转型,但整个过程还是需要一定的市场周期,目前还没有达到预期。”

## 实控人欲退场 转让股权至今未果

向前追溯到2021年10月份,银宝

自上市后的七个完整会计年度里,虽然每年保持着不低于25亿元的营收,但公司上市前三年合计归母净利润仅为2.06亿元,随后则连续四年亏损,合计亏损14.3亿元

王琳/制图

# 高频“换帅”绝不是公司走出困境的妙招

■谢岚

8月23日,银宝山新披露了新任董事长走上任的消息,而这也意味着公司上一任董事长仅任职九个多月便宣告卸任。由此,银宝山新迎来了自2015年以来的第六任董事长。

类似银宝山新这样高频“换帅”的情况在A股市场并非个案,今年以来也有其他上市公司出现董事长“两年两换”甚至“三年三换”的情况。

上市公司“换帅”,除去股权结构变化、正常退休、相关人员因违法违规“下课”等原因,通常是出于业绩压力、转型需求等,希望通过调整管理层来适应新业务和新发展阶段。

拿银宝山新来说,公司主要从事模具、塑胶、五金制品及电子产品的研发、设计、制造和销售,自2019年已连续四年亏损。公司也表示,近年来受贸易摩擦及宏观环境因素影响,市场

经济下行,部分老业务订单需求减量、减产;新业务方面,产品市场推广及投放均出现不同程度的迟滞,营业收入不及预期。

这也从另一方面说明,上市公司希望以“换帅”实现蝶变,可能事与愿违,经历频繁换帅,公司经营却未见明显起色。

首先,董事长作为上市公司掌舵人,需要时间掌握公司的情况,适应公司的文化和环境,频繁更换,常常刚

进入角色就又要离开,给公司带来巨大的管理成本及风险。

其次,频繁“换帅”常常联动管理班子动荡,可能会导致公司核心管理、技术人才流失,这同样会影响公司的经营管理和长期战略。

最后,更重要的是,无论是业绩提升,还是业务转型升级,都不是一蹴而就,短期就能破局的。这就要求公司保持战略定力,坚持长期主义。而要做到这一点,稳定的管理层和掌舵人至关重要。

频繁“换帅”,一方面,很难在企业经营管理思路上保持一致性,使得企业在战略方向上摇摆不定,造成大量资源浪费,让破局之路更为艰难;另一方面,也容易造成管理层投机主义的心态,更

倾向于追求短期利益,为眼前财务数据的“好看”而牺牲企业的长远发展。

特别是在当前新需求、新技术的驱动下,许多行业正发生剧烈变动,不少企业也因此面临着前所未有的机遇和挑战。对于上市公司股东来说,越是这样的关键时刻,越要具有长期思维,既要选出能够胜任的企业管理层和掌舵人,也要积极采取措施来提高管理层的稳定性,支持其保持战略定力,久久为功,持续推动企业转型升级,在高质量发展的道路上行稳致远。

如今距离调整后的征集截止日已不足一月,银宝山新尚未有新的进展消息放出,公司是寻找新的控制人还是继续由东方资产持有并另寻他路,《证券日报》记者将持续关注。

